

## La generación de los ocho segundos

Por: Laura Casamitjana. 15/05/2024

Sumidos en la cultura de la inmediatez, los nativos digitales han tenido que adaptar sus patrones neurológicos y hábitos de consumo ante la vorágine de información con la que lidian a diario.

Una web tiene 10 segundos para cargar. Si no lo ha hecho dentro de ese límite, hay **un 123% más de probabilidades** de que el usuario abandone la página. Tik Tok, el gigante que cuenta con 1218 millones de usuarios activos al mes [según Statista](#), en su origen permitía colgar vídeos de tan solo 15 segundos. No les faltaba razón: para alcanzar la viralidad, el promedio indica que lo más adecuado es publicar contenido que vaya entre los 7 y los 15 segundos, como explicita un [informe de We Are Social](#).

“**La abundancia de la información da lugar a la pobreza de la atención**”, teorizó en los setenta el premio nobel Herbert Simon. La economía de la atención es un concepto que, en clave económica, analiza la atención como recurso escaso y valioso. En el siglo XXI, con la aceleración social de la era digital, las cuestiones alrededor de la atención ¿y la paciencia? toman especial relevancia, y más aún, para la generación de nativos digitales.

### Entre la *multipantalla* y el *multitasking*

El [Instituto de la Juventud \(Injuve\)](#), [indica](#) que “**los periodos de atención de los Z son más cortos, ocho segundos es el tiempo medio que los jóvenes prestan atención plena a algo en concreto**”. Un exceso de estímulos en el mundo del *scroll* infinito, mezclado con la inofocación ¿sobrecarga informativa?, hace que los *centennials* vivan sometidos a un colapso de *inputs*, y que ello haya modificado ciertos patrones neurológicos: “**Sus cerebros han evolucionado para procesar información a velocidades más rápidas y son cognitivamente más ágiles para manejar desafíos mentales**”, añade el estudio de Injuve.

*Multipantalla* y *multitasking*, la gen z es la de las acrobacias mentales: tiende a tener abiertos diversos dispositivos a la vez y estar en actividades distintas ¿por ejemplo,

ver una película en el ordenador mientras chatea con el *smartphone*, lo que hace tener la atención dispersa en varios elementos?. Al mismo tiempo han tenido que desarrollar un filtro capaz de discernir a simple vista entre el aluvión de información lo que les interesa y lo que no. “**El cerebro sólo puede producir uno o dos pensamientos**”, [explica en \*The Guardian\*](#) Earl Miller, neurocientífico del Instituto Tecnológico de Massachusetts. Puntualiza que, sin embargo, **los adolescentes creen poder manejar seis al mismo tiempo, lo que es en realidad “poner al cerebro a hacer malabarismos”**.

## ***Speedwatching*: síntoma, causa y consecuencia al mismo tiempo**

La rueda de la aceleración se retroalimenta, y en la sociedad de las prisas, cualquier cosa se convierte en susceptible de ser devorada cuanto antes. **Una ansiedad social generalizada, una sensación permanente de estar perdiéndose algo, sus consecuentes atracones de información.** En el 2010 YouTube, plataforma en la que proliferó el fenómeno *youtuber* ?precursor de los actuales *influencers* y creadores de contenido? introdujo la opción de acelerar el visionado de sus vídeos. Es decir, puedes ver en 5 minutos algo que dura 10. Posteriormente, otros como Netflix o Amazon Prime incorporaron esta función, pero esto no se limita solo al consumo de contenido, va también a la vida personal: incluso WhatsApp se ha unido a la tendencia y puedes escuchar de modo acelerado los audios que recibes.

El *speedwatching* es, además de consecuencia de una atención divagante colectiva y la obsesión por la productividad del tiempo, el fruto más visible del FOMO (fear of missing out). “**El fenómeno FOMO por sus siglas en inglés se entiende como el miedo a estar ausente**”, [menciona](#) el centro de tratamiento de adicciones Orbium. Sobre ello, explican que “actúa de tal forma en la persona, que empiezan a usar excesivamente las plataformas digitales impulsados por el miedo a ser excluido y perderse experiencias”.

## **El circuito de recompensa a ritmo de Fórmula 1**

Ver el contenido acelerado permite ver más contenido en menos tiempo, pero que entre un torrente de información no quiere decir que se retenga. Si bien sería lógico pensar que consumir algo en velocidad acelerada requiere más atención, lo que sucede es que el cerebro se vuelve más vago. Para alterar el ritmo narrativo de lo que se consume se requiere práctica, al mismo tiempo, estar sometido al *speedwatching*

hace girar la rueda cada vez más rápido: “**la búsqueda constante de nuevos estímulos activa el neurotransmisor llamado dopamina, creando circuitos de recompensa y generando un círculo vicioso**”, cita [un artículo de InCom UAB](#).

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: El diario de la educación. “El speedwatching es, además de consecuencia de una atención divagante colectiva y la obsesión por la productividad del tiempo, el fruto más visible del FOMO” | Dekler Ph

**Fecha de creación**

2024/05/15